

## Universitas Bina Nusantara

---

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana

Semester Ganjil 2014/2015

### **PENGARUH IKLAN MEDIA ELEKTRONIK (TELEVISI) “CARI JODOH” TERHADAP BRAND IMAGE TELKOMSEL (KARTU AS)**

Citta Parawidhinisa 1501164132

Kelas LH51

#### **Abstrak**

*Salah satu cara promosi yang efektif yaitu melalui iklan. Kartu As merupakan salah satu produk yang dikeluarkan PT. Telkomsel. **Tujuan penelitian**, ialah untuk mengetahui pengaruh dan hubungan iklan media elektronik (televisi) Kartu As versi “Cari Jodoh” terhadap brand image Telkomsel (Kartu As). **Metode penelitian** yang digunakan kuantitatif. **Analisis penelitian** ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. **Hasil penelitian** ini terdapat pengaruh sebesar 82,7% antara iklan terhadap brand image sedangkan 17,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan adanya hubungan yang sangat kuat antara iklan dengan brand image sebesar 0,909. PT.Telkomsel dan Kartu As disarankan untuk membuat isi pesan iklan yang membuat konsumen menjadi ingin untuk melakukan akses internet mobile. Dan perlu memperhatikan kembali penawaran harga paket yang diberikan untuk dapat meningkatkan Brand Imagenya. (CP)*

**Kata Kunci:** *Brand Image, Iklan, Kartu As*

## ABSTRACT

*One effective way of promotion is through advertising. As provider is one of the product from Telkomsel. **The purpose of the research**, is to determine the effect and relations of electronic media advertising (television) “Cari Jodoh” version towards Telkomsel (Kartu As) brand image. **Research methods used** is quantitative data. This **research analyzes** using simple linear regression analysis. **The results of this research** are the effect of 82,7% between advertising on brand image while 17,3% are influenced by other factors that not examined in this research. And the existence of a very strong relationship between advertising with brand image 0,909. PT. Telkomsel and As Provider are advised to create advertising messages that make consumers want to do mobile internet access. And need to concern to the offering price of the package in order to improve brand image. (CP)*

**Keywords:** *Advertising, As provider, Brand image*